

A photograph of five people standing in a row against a white brick wall. Each person is holding a large, colorful speech bubble or shape in front of their face, completely obscuring it. From left to right, the shapes are: an orange speech bubble, a blue cloud-like shape, a pink circle, a yellow rectangle, and a green speech bubble. The people are wearing casual clothing like jeans, sweaters, and sneakers.

# Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto Suomalaisten alkoholiasenteet

KULUTTAJATUTKIMUS  
31.5.2021

Liitteessä poimintoja kuluttajatutkimuksesta.

# Tutkimuksen toteutus



## TUTKIMUKSEN TARKOITUS

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää suomalaisten kuluttajien panimoteollisuuden tuotteiden osto- ja kulutuskäyttäytymistä sekä suomalaisten alkoholiin ja alkoholipolitiikkaan liittyviä mielipiteitä. Taloustutkimus on toteuttanut tämän kuluttajille suunnatun kyselyn myös vuosina 2014-2018, sekä 2020.



## KOHDERYHMÄ

Tutkimuksen kohderyhmänä oli 18-70 –vuotiaat mannersuomalaiset. Otokoko on 1337 ja aineisto on painotettu vastaamaan täysi-ikäisiä suomalaisia sukupuolen, iän ja asuinpaikan mukaan.



## TIEDONKERUUMENETELMÄ

Tiedonkeruu tehtiin online-kyselynä Taloustutkimuksen kuluttajapaneelissa.



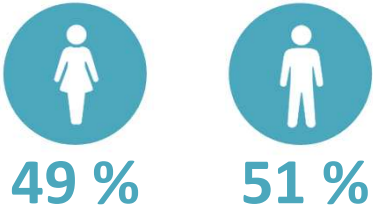
## AJANKOHTA

Aineisto kerättiin 6.-14.5. 2021.

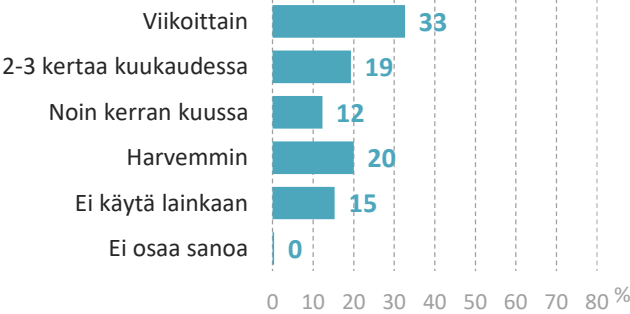


# Taustatietoja tutkimusvastaajista

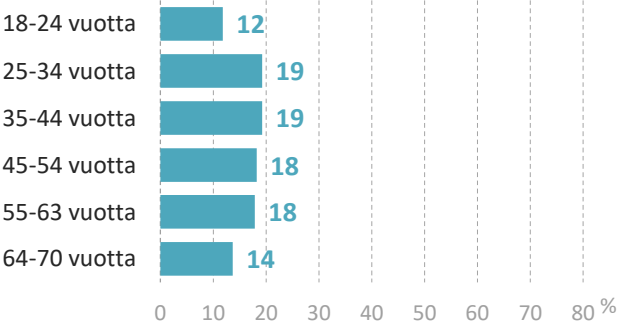
SUKUPUOLI



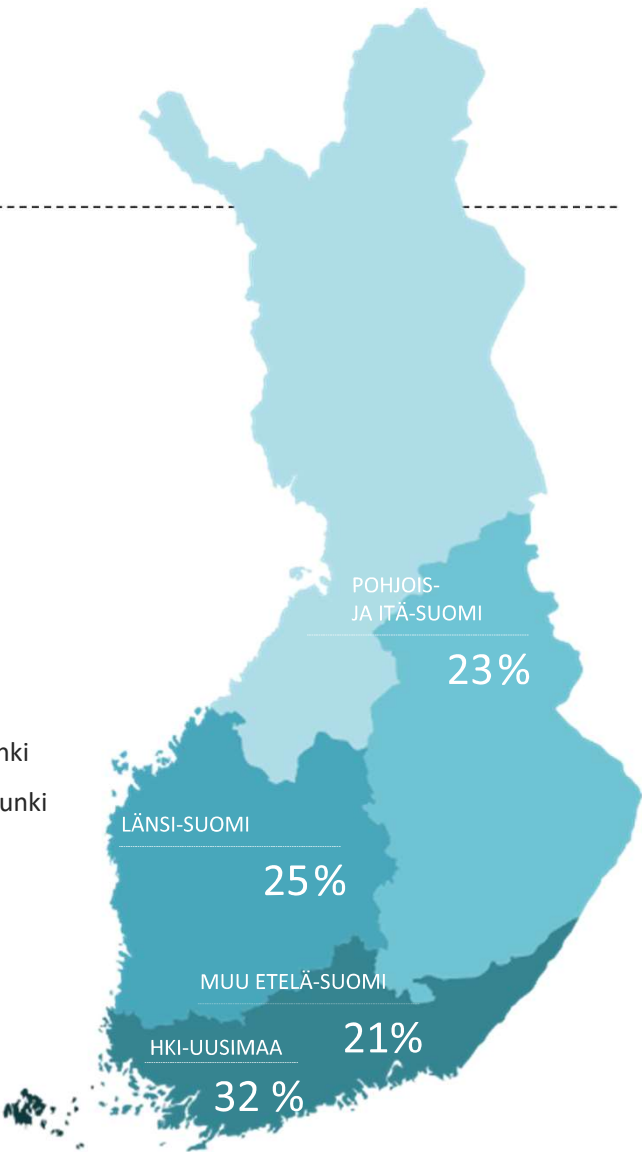
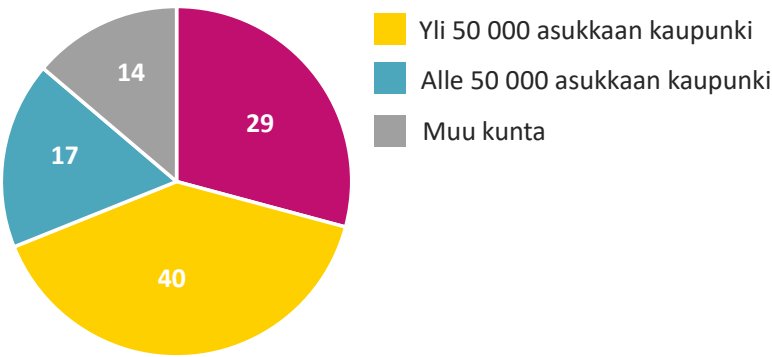
ALKOHOLIN KÄYTTÖ



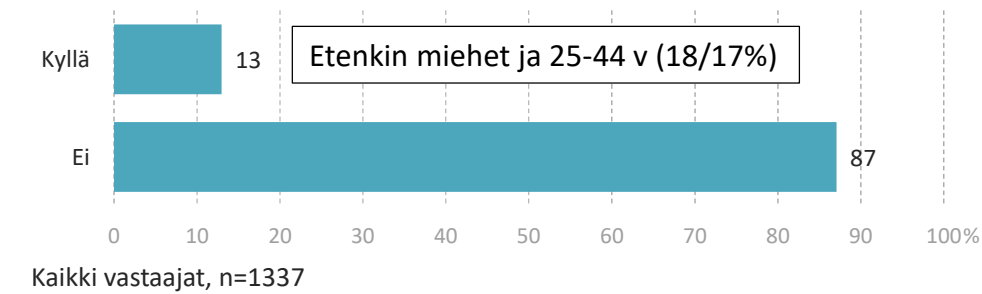
IKÄJAKAUMA



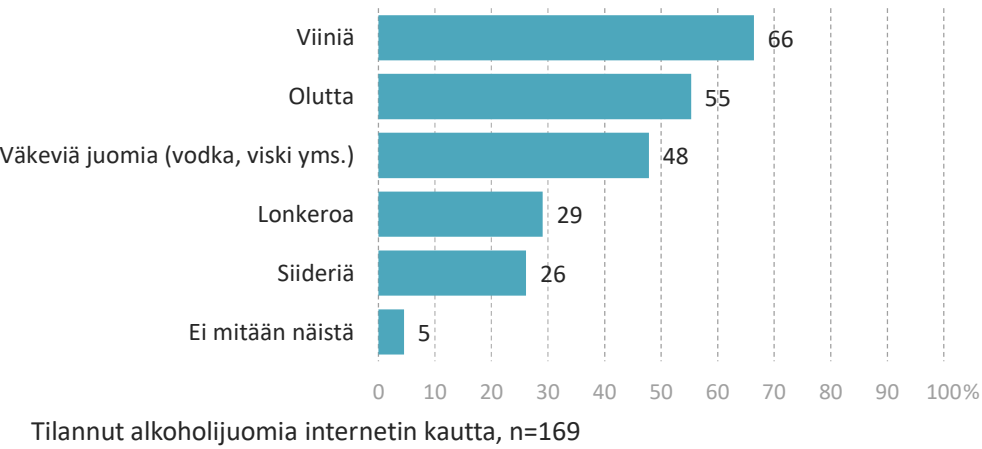
ASUINPAIKKAKUNTA



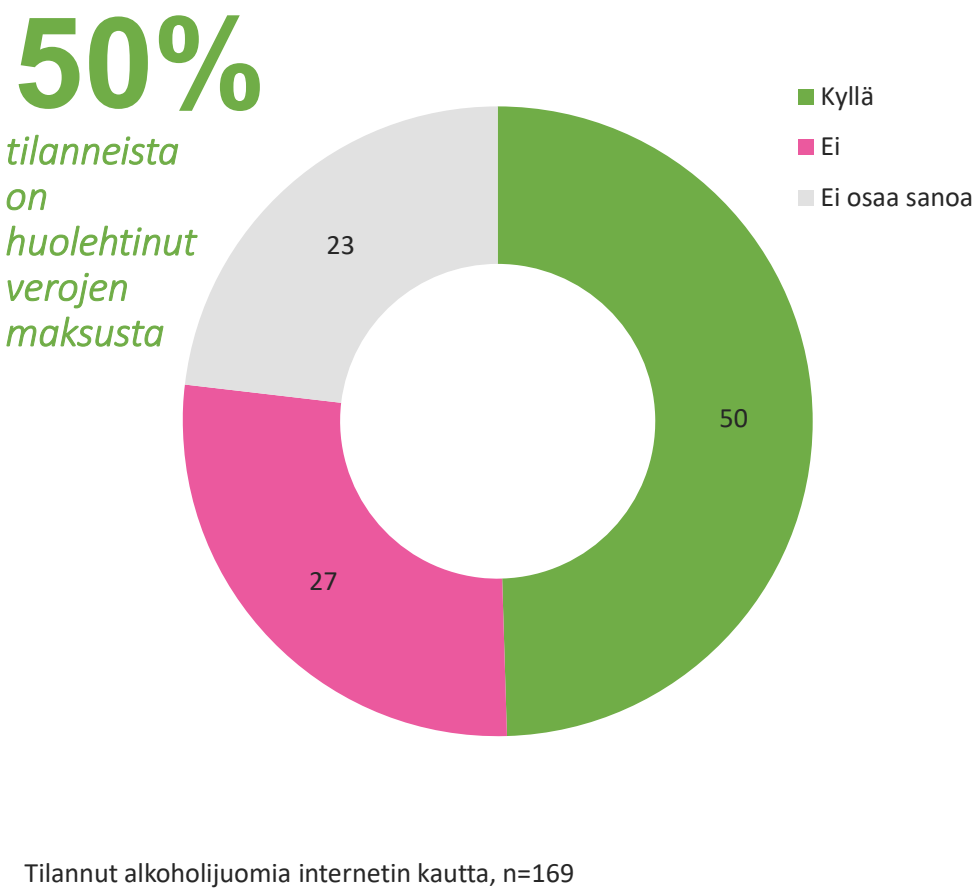
# Onko tilannut alkoholijuomia internetin kautta?



# Onko tilannut seuraavia alkoholijuomia internetin kautta?



# Onko huolehtinut netin kautta tilattujen alkoholijuomien verojen maksusta?





# *Alkoholinkäyttö*



# Alkoholijuomien käyttö

*Korona-aika vähensi suomalaisten juomista enemmän kuin lisäsi*

- Suomalaisten oman arvion mukaan korona vaikutti alkoholijuomien omaan käyttöön useammin vähentävästi kuin lisäävästi. Yksi neljäsosa vastaajista arvioi alkoholijuomien nauttimisen vähentyneen koronan seurauksena, vain 6% arvioi käytön lisääntyneen. Maantieteellisesti suurimmat vaikutukset ovat pääkaupunkiseudulla, jossa joka kolmas vastaaja on oman ilmoituksen mukaan vähentänyt alkoholin kulutusta. Eniten alkoholin käyttö on vähentynyt 25-34 vuotiaiden vastaajien keskuudessa (35% arvioi vähentäneensä alkoholin kulutusta).
- 13% vastaajista on tilannut alkoholijuomia netin kautta ja näistä vastaajista puolet on huolehtinut alkoholijuomien verojen maksamisesta. Eniten netin kautta on tilattu viiniä, olutta ja väkeviä juomia

*Oluen ostaminen baarista ja ruokaravintoloista romahti koronan vuoksi.*

- Oluutta ostetaan edelleen useimmiten ruokakaupasta, mutta oluen ostaminen baarista ja ruokaravintoloista romahti odotetusti koronarajoitusten seurauksena.



# Alkoholijuomien käyttö

## *Alkoholin kulutus edelleen laskussa*

- Vuoden 2020 tapaan valtaosa suomalaisista (85%) käyttää alkoholia edes joskus. Ei-käyttävien osuus ei ole kasvanut vuoteen 2020 verrattuna. Sen sijaan kulutusten ääripäät ovat hieman kasvaneet eli viikoittain alkoholia käyttäviä on nyt kolmannes (33%, 2020 31%) ja harvemmin kuin noin kerran kuussa käyttäviä viidennes (20%, 2020 17%).
- Nuorin ikäryhmä (18-24-vuotiaat) käyttää alkoholia ikäryhmistä selvästi vähiten ja reilu neljännes heistä ei käytä alkoholia lainkaan. Miehet käyttävät alkoholia naisia huomattavasti useammin viikoittain ja heillä viikoittainen kulutus on kasvanut hieman (43%, v. 2020 39%).

## *Alkoholittomuus noussut suhteellisesti eniten oluen valintaperusteissa*

- Tärkein oluen valintaperuste kysytyistä vaihtoehtoisista on vuoden 2020 tapaan oluttyyppi. Suosittuja valintaperusteita ovat myös hinta ja alkoholipitoisuus sekä kotimaisuus, joka korostuu vanhempien kuluttajien keskuudessa. Hinta on edelleen keskimääräistä tärkeämpi tekijä alle 25-vuotiaille. Yli 65-vuotiaille tärkeää on kotimaisuus ja tunnettu olutbrändi.
- Alkoholittomuus on noussut vuodesta 2020 suhteellisesti eniten tarkasteltaessa valintaperusteita. Alkoholittomuuden trendi näkyy myös siinä, että alkoholittomia ja mietoja oluita ostaa nyt aiempaa useampi vuoteen 2020 verrattuna.



# Miten korona-aika on vaikuttanut alkoholinkäyttöön?

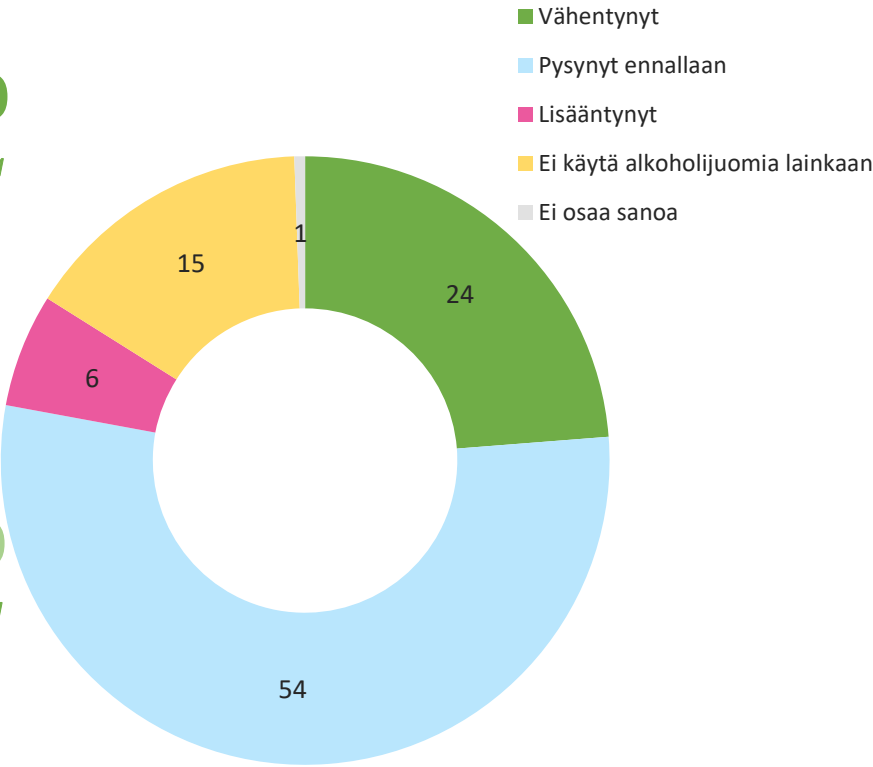
## Käyttö on...

24%

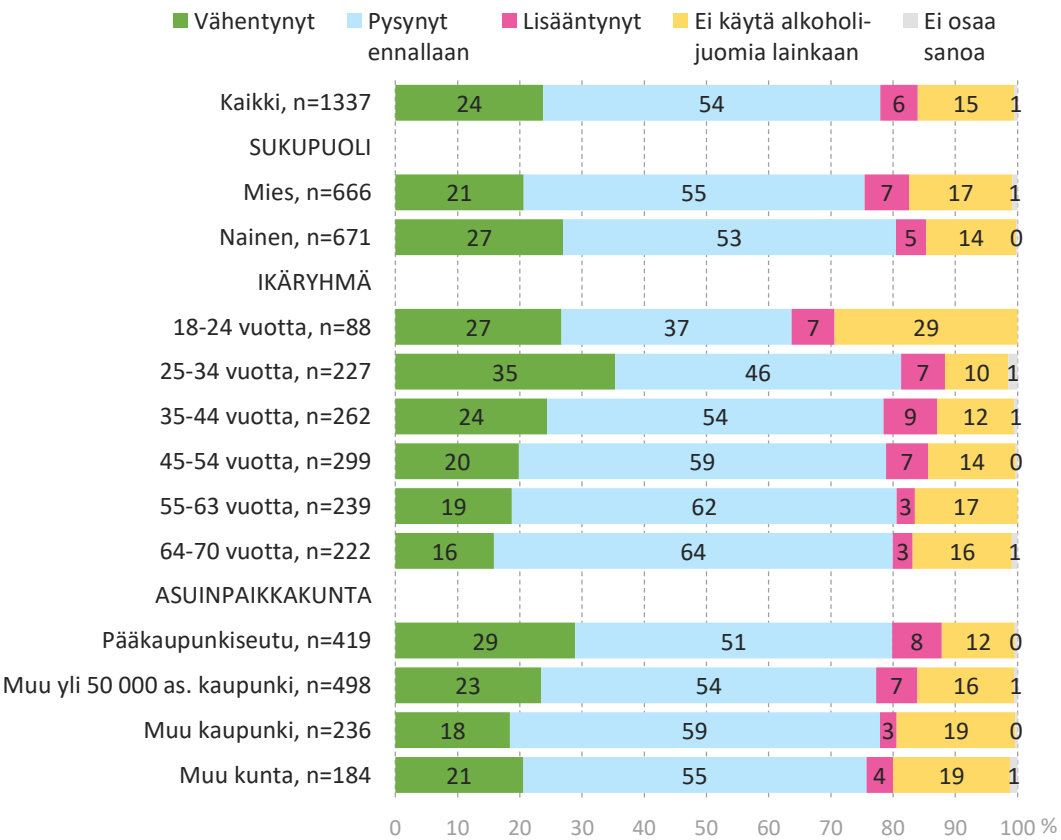
18-70 vuotiaista alkoholinkäyttö on vähentynyt korona-aikana

54%

18-70 vuotiaista alkoholinkäyttö on pysynyt ennallaan korona-aikana

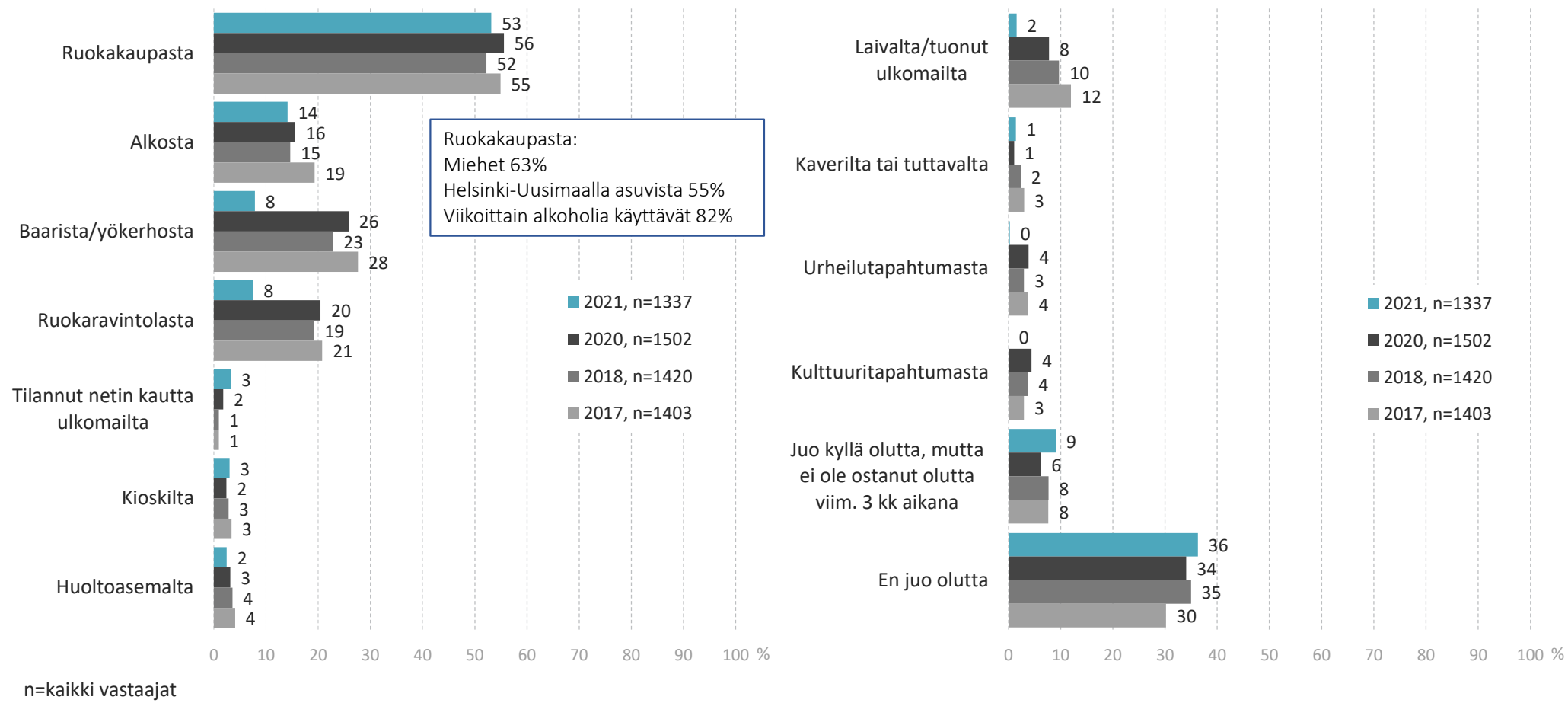


Kaikki vastaajat, n=1337



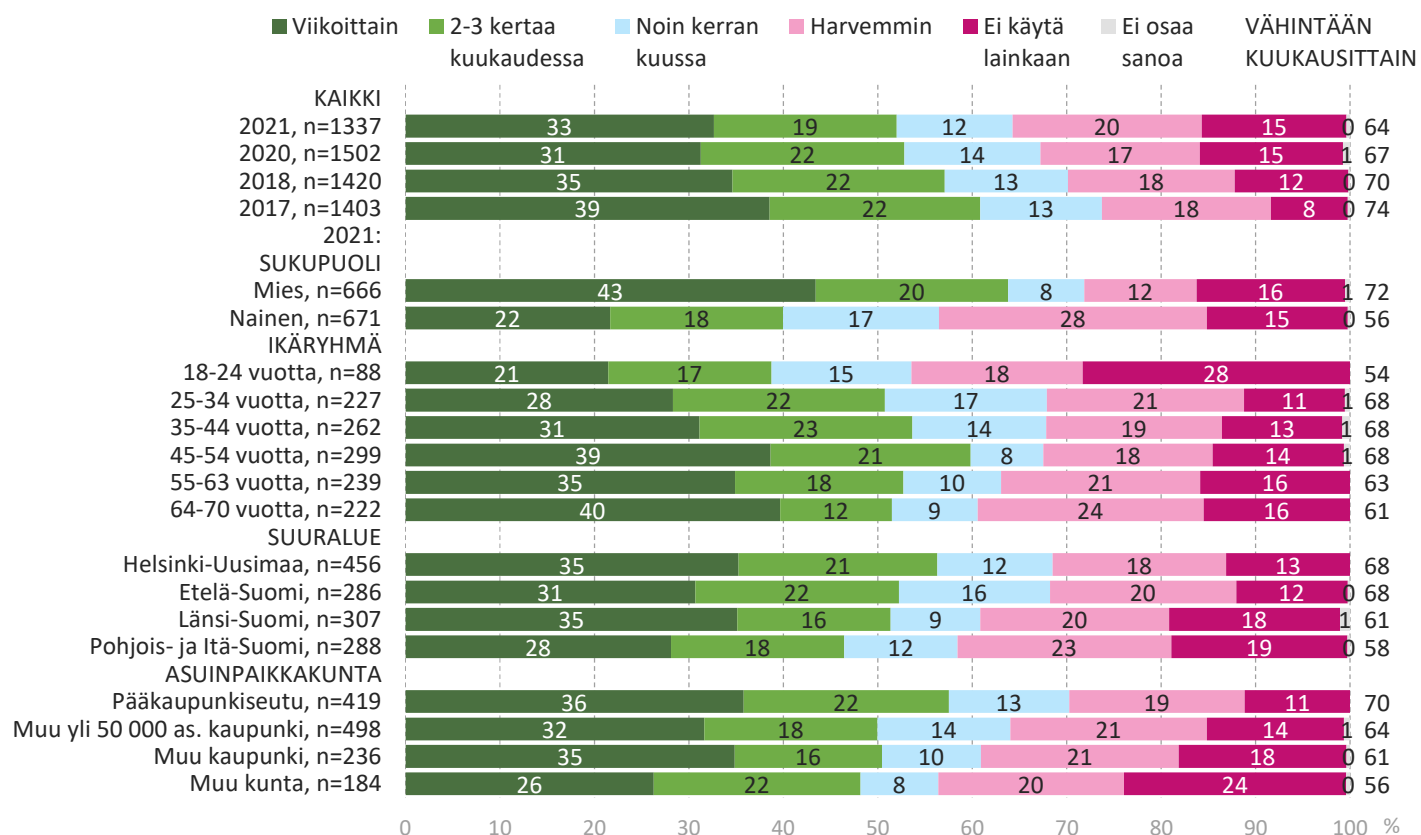


# Oluen ostopaikat viimeisen kolmen kuukauden aikana 2017-2021



# Kuinka usein käyttää alkoholia (mitä tahansa alkoholijuomaa)?

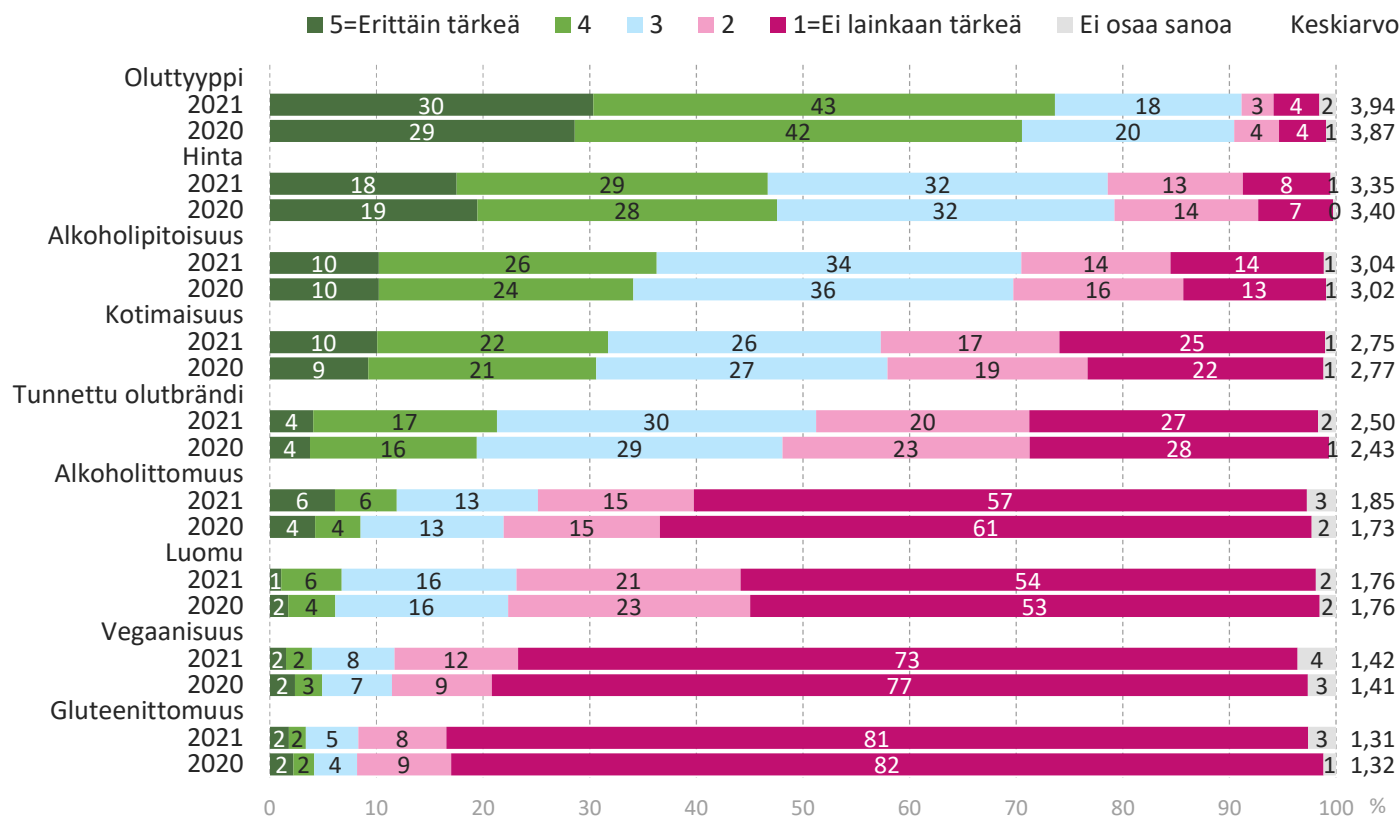
Ole hyvä ja valitse alkoholin käyttöäsi lähinnä oleva vaihtoehto



n=kaikki vastaajat

- Alkoholin vähintään kuukausittaisella käytöllä on edelleen laskeva trendi.
- Merkille pantavaa on myös, että kulutusten ääripäät ovat hieman kasvaneet eli viikoittain alkoholia käyttäviä on nyt kolmannes (33%, 2020 31%) ja harvemmin kuin noin kerran kuussa käyttäviä viidennes (20%, 2020 17%).
- Nuorin ikäryhmä (18-24-vuotiaat) käyttää alkoholia ikäryhmistä selvästi vähiten ja reilu neljännes heistä ei käytä alkoholia lainkaan.
- Miehet käyttävät alkoholia naisia huomattavasti useammin viikoittain ja heillä viikoittainen kulutus on kasvanut hieman (43%, v. 2020 39%).

# Oluen tärkeimmät valintaperusteet 2020 ja 2021



- Valintaperusteissa alkoholittomuus on vahvistunut suhteellisesti eniten.

Juo olutta, 2020 n=1045, 2021 n=883